

«بسم الله الرحمن الرحيم»

نقش رسانه در تزلزل خانواده^{۲۱}

چکیده

یکی از ابزارهایی که بر روابط اجتماعی و خانوادگی تاثیرگذار است رسانه است که با در دنیای کنونی با تعابیری چون فضای مجازی و ... نیز یاد می شود و هر روز نیز گسترده تر می شود و تاثیرات مثبت و منفی دارد. دشمن از این ابزار جهت رسیدن به مقاصد خود استفاده می کند. از جمله نهادهای که تحت تاثیر رسانه قرار دارد نهاد خانواده است که به نظر می رسد تاثیرپذیری مثبت این نهاد از رسانه کمتر از تاثیرات منفی است. رسانه بر جنبه های مختلف خانواده در ابعاد فردی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی تاثیر داشته و دشمن به دنبال تضعیف نهاد خانواده می باشد. با توجه به اینکه بقا و سامان جامعه با استحکام خانواده ارتباط وثیق دارد ضرورت پرداختن به موضوع با هدف آگاهی بخشی و حمایت از جایگاه مقدس نهاد خانواده، دوچندان می گردد. اما اینکه رسانه چگونه بر تزلزل خانواده تاثیر داشته پرسشی است که پژوهش حاضر با موضوع "نقش رسانه در تزلزل خانواده" با روش تحلیلی توصیفی و از لابلای اسناد و مدارک به این پرسش پاسخ داده و نتایج بدست آمده نشان می دهد که رسانه ها بر نهاد خانواده در تمام شئون و ابعاد فردی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تاثیر داشته است.

کلمات کلیدی

رسانه، خانواده، فضای مجازی، آسیب.

مقدمه

با توجه به نقش عظیم رسانه در عصر حاضر در جوامع امروزی، رسانه ابزار مهم و کاربردی است که تاثیرات و کارکردهای مثبت و منفی ای دارد که می تواند در پیشرفت و تمدن یا انحطاط جوامع نقش داشته باشد.

^۱ - اشرف پاک نیت، دانش آموخته سطح ۴.

^۲ - زهرا فلاح فیینی، طلبه سطح ۳ حوزه علمیه تخصصی حضرت زینب سلام الله علیها آران و بیدگل.

به همان اندازه استفاده دشمن از این ابزار برای رسیدن به اهداف خودش مسلم و انکارناپذیر است.

خانواده بعنوان یک نهاد اجتماعی مهمترین و بنیادی ترین نهاد جامعه است که از این تاثیرات بی بهره نیست لذا با توجه به کارکردی که رسانه دارد می تواند نقش مهمی در تزلزل خانواده داشته باشد.

رسانه ارزش های فرهنگی جامعه را تحت تاثیر قرار می دهد و چنان سرعت و عمقی به تغییرات فرهنگی می گذارد که حتی پابرجاترین عرصه حیات بشری یعنی خانواده را تحت تاثیر قرار داده و سبب دگرگونی در نهاد خانواده می گردد بنابراین تاثیرپذیری و متزلزل شدن نهاد خانواده در جامعه از طریق رسانه می تواند مسائل و مشکلات متعددی به وجود آورد. بر این اساس شناخت تاثیرات رسانه به ویژه در زمینه حفظ هویت و استحکام خانواده ضروری است. با بررسی در پژوهشهای صورت گرفته در خصوص موضوع، پژوهشهای صورت گرفته به نقش رسانه بر نهاد خانواده یا استحکام آن پرداخته اما به موضوع "نقش رسانه در تزلزل خانواده" پرداخته نشده و یا به جنبه یا قسمتی از موضوع پرداخته است.

پژوهش حاضر با موضوع نقش رسانه در تزلزل خانواده در صدد پاسخگویی به این پرسش هاست که نقش رسانه در تزلزل خانواده چگونه است. تاثیر رسانه بر فرد، تاثیر اقتصادی، تاثیر فرهنگی و اجتماعی رسانه ها چیست؟ که با روش توصیفی تحلیلی وبا استناد به مدارک موجود به بحث و بررسی می پردازد.

رسانه

رسانه در لغت به معنای وسیله رساندن است(دهخدا، ۱۳۷۳، ۱۲۱۰۵) و در زبان فارسی واژه‌ی نسبتاً جدیدی محسوب می‌شود. این واژه معادلی برای کلمات Medium (رسانه) و Media (رسانه‌ها) است. همان‌طور که خود واژهٔ «رسانه» نشان می‌دهد، ماموریت رسانه، رساندن است: رساندن حرف‌ها، پیام‌ها و دیدگاه‌های یک فرد یا یک مجموعه به افراد، گروه و مجموعه‌های دیگر. به همین علت، یکی از کارکردهای اصلی رسانه را ایجاد ارتباط می‌دانند.

با توجه به این توضیحات، در معنایی گسترده می‌توان از «علامت دادن با دود» و «پرتاب سنگ به شیشه همسایه» تا «استفاده از شبکه های ماهواره‌ای» و «حضور در شبکه های اجتماعی» را مصداق استفاده از ابزار رسانه ای دانست.

مارسل دانسی در تعریف رسانه می‌گوید: «هر ابزار، روش و وسیله‌ای که برای ارتباط به کار برود، رسانه است. (مارسل دانسی، ۱۳۹۷، ۲۴)

رسانه به وسایل انتقال پیام‌ها از فرستنده یا فرستندگان به مخاطب یا مخاطبان گفته می‌شود که شامل روزنامه، کتاب، رادیو، تلویزیون، ماهواره، تکنولوژی‌های نوین ارتباطات و اطلاعات و اینترنت است. ویژگی‌های این وسایل عبارتند از: پیام‌گیران ناآشنا، سرعت عمل زیاد و تکثیر پیام. (دادگران، ۱۳۸۴: ۶)

واژه رسانه امروز به همه کانال‌ها و پلتفرم‌هایی که «محتوا» در اختیار ما قرار می‌دهند، و شرکت‌هایی که آن‌ها را اداره می‌کنند یا دسترسی به آن محتواها را به ما می‌فروشند اشاره دارد. گاهی چنین به نظر می‌رسد که عملاً همه چیز رسانه است.

در دنیای کنونی یکی از بارزترین رسانه‌ها اینترنت است که با عنوان فضای مجازی نیز تعبیر می‌شود که لازم است این عبارت نیز تبیین گردد.

فضای مجازی در واقع نامی است که تعداد زیادی از کاربردهای امروز فناوری‌های جدید ارتباطی را در برمیگیرد. این نام نخستین بار بوسیله ویلیام گیسون دررمان نورومانس ابداع شد. فضای مجازی را یک فضای تخیلی که از اتصال رایانه‌ها پدید آمده است، معرفی کرد. فضای مجازی یک اصطلاح ایجاد شده توسط نویسندگی‌های داستانی علمی و تخیلی، ویلیام گیسون برای توصیف طیف وسیعی از منابع اطلاعاتی از طریق شبکه‌های رایانه‌ای است که توسط داده‌های دیجیتال ارائه می‌شود. (عباسی دره بیدی و همکاران، ۱۳۹۵، ۲۵)

رسانه‌ها یک صنعت روبه‌رشد و در حال تحول هستند که تامین‌کننده اشتغال، تولیدکننده کالا و خدمات و تغذیه‌کننده سایر صنایع مرتبط هستند. رسانه‌ها در عین حال خود به نهادی تبدیل شده‌اند با قواعد و هنجارهای خاص خود که این نهاد را به جامعه و سایر نهادهای اجتماعی پیوند می‌دهد. پس این نهاد نیز به نوبه خود توسط جامعه تنظیم می‌شود. رسانه‌ها یکی از منابع قدرت هستند. یعنی ابزاری هستند برای کنترل مدیریت و نوآوری در جامعه. اغلب جایگاه بروز تحول در فرهنگ‌اند چه به معنی هنر و اشکال نمادین، و چه در معنای مدها، خلق و خواها، شیوه‌های زندگی و هنجارها.

به هر حال رسانه ها دارای تاثیراتی هستند و اگر توجه کنیم که در تجربه زندگی روزمره نمونه های بی شماری از تاثیرهای کوچک می توان یافت این عدم قطعیت تعجب آورتر جلوه خواهد کرد. لباسی که همه ما به هنگام خروج از منزل می پوشیم با توجه به پیش بینی هواست، آنچه می خریم تحت تاثیر تبلیغات تجاری است. به دیدن فیلمی می رویم که در روزنامه درباره اش مطلبی خوانده ایم و به اشکال بیشمار به تلویزیون، رادیو یا موسیقی واکنش نشان می دهیم زیرا ما در دنیایی زندگی می کنیم که فرآیندهای سیاسی و حکومتی آن بر اساس این تاثیر قرار دارد که ما برآنچه می گذرد آگاهیم زیرا از مطبوعات و تلویزیون و رادیو خبر می گیریم. کم تر کسی را می توان یافت که سرچشمه اطلاعات و عقاید اش را نتوان در رسانه ها پیدا کرد. این همه پول و تلاش صرف آن می شود که رسانه ها در جهت هدایت شوند، که تاثیر دلخواه تحقق یابد.

رسانه ها هر جا که رشد می کنند دارای قدرت قابل ملاحظه ای برای شکل دادن به عقاید و باورها، دگرگون کردن عادات زندگی و ترویج رفتارهایی کمابیش مطابق میل کنترل کنندگان رسانه ها و محتوای آنها هستند. این دیدگاه نه بر اساس کاوش های علمی بلکه در اثر مشاهده محبوبیت بسیار زیاد مطبوعات و رسانه های جدیدی همچون فیلم و رادیو و نفوذ آنها در ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی به وجود آمده اند.

رسانه ها می توانند آثار مضر نیز از لحاظ بزهکاری، تعصب و پرخاشگری و... داشته باشند. رسانه ها در همه ابعاد زندگی افراد تاثیر گذار هستند اما نشان داده شده که هر رسانه ای در قالب ساختار موجود روابط اجتماعی و شرایط فرهنگی و اجتماعی معین عمل می کند. این عوامل اجتماعی و فرهنگی در شکل دادن به عقاید، نگرش ها و رفتار مورد مطالعه نقش درجه اول دارند و انتخاب، توجه و پاسخگویی به رسانه از سوی مخاطبان را تعیین می کنند.

تاثیر رسانه بر روی زندگی افراد با پیدایش تلویزیون به عنوان رسانه ای نوین که جذابیتی بیش از اسلاف خود داشته و بر روی زندگی اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی تاثیرات مهمی داشته است.

بنابراین امروزه هر چه رسانه ها قدرتمندتر می شوند تاثیر مستقیم تری بر روی زندگی افراد می گذارند و رسانه ها موقعیت یک نهاد اجتماعی مهم را کسب کرده اند و روز به روز بیش تر مسائل زندگی عموم در عرصه رسانه ها متجلی می شود چه در سطح ملی و چه در سطح بین المللی.

خانواده

به صورت خلاصه و در تعریفی خانواده هسته‌ای مبتنی بر رابطه نسبی یا سببی میان اعضای خانواده است. (اعزازی، ۱۳۷۶، ۱۰)

اسلام برای حفظ قداست و ارزش خانواده اهمیت ویژه ای قائل است. به همین دلیل، پیامبر اکرم (صلی الله علیه و آله و سلم) می فرمایند:

«مَا بُنِيَ فِي الْإِسْلَامِ بِنَاءٌ أَحَبُّ إِلَيَّ اللَّهُ عَزَّ وَجَلَّ وَ أَعَزُّ مِنَ التَّزْوِيجِ.» (مجلسی، ۱۴۰۳، ق، ۱۰۰/۲۲۲)

انواع رسانه:

با توجه به گسترش روزافزون فناوری در دنیا، تعدد رسانه ها مداوما رو به گسترش است که در دسته بندی و گروههای گوناگونی قرار می گیرند که از جمله می توان به گروههای زیر اشاره کرد:

۱- رسانه های نوشتاری مانند مطبوعات، کتاب و مجلات.

۲- رسانه های شنیداری مانند مانند رادیو.

۳- رسانه های دیداری مانند تلویزیون، سینما، اینترنت.

۴- رسانه های ابزاری مانند مانند اعلامیه، بروشور، تابلوی اعلانات، کاتالوگ، پوستر، تراکت، پلاکارد، آرم، لوگو، فیلم های تبلیغی، فیلم کوتاه و بلند، سخنرانی، همایش و تئاتر.

۵- رسانه های نهادی یا گروهی همچون روابط عمومی ها، شرکت های انتشاراتی، بنیادهای سینمایی.

۶- رسانه های فرانهادی همچون خبرگزاری ها، دفاتر روابط بین الملل، کارتل ها، بنگاه های سخن پراکنی و تراست های خبری، شرکت های چند ملیتی سازه، فیلم های سینمایی، شبکه های ماهواره ای.

در بین تمامی نهادها، سازمان ها و تأسیسات اجتماعی، خانواده نقش و اهمیتی خاص و بسزا دارد. تمامی آنان که در باب سازمان جامعه اندیشیده اند، همه مصلحین، حتی رؤیایگرایان و آنان که به ناکجاآباد روی کردند، بر خانواده و اهمیت حیاتی آن برای جامعه تأکید ورزیده اند. به درستی هیچ جامعه ای نمی تواند ادعای سلامت کند، چنانچه از خانواده هایی سالم برخوردار نباشد. (ساروخانی ۱۳۹۲، ۲۵)

در این طلاق زوجین عواطف خود را از یکدیگر دریغ می کنند و روی از هم بر می تابند زیرا جذابیت و اعتمادشان به هم از بین رفته است و می توان گفت که رسانه ها تاثیر زیادی در این مورد دارند.

آیه ۶ سوره تحریم یا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا قُوا أَنفُسَكُمْ وَأَهْلِيكُمْ نارا میتوان به روایاتی چون سخن امام سجاد با استناد کرد که می فرمایند: "حق همسرت این است که او را گرمی بداری و با او مهربان باشی" (حر عاملی، ۱۴۰۹ق، ۱۵/ ۱۷۵)

رسانه ها با ارائه تصاویر چشم و هم چشمی باعث افزایش توقعات از هم می شوند و احساس محرومیت را بین افراد بیشتر می کند و موجب ایجاد فشار روانی در افراد می شود رسانه ها در ایجاد توقعات و انتظارات نقش بزرگی ایفا می کنند و به همین دلیل توجه به این موضوع بسیار اهمیت دارد و از این رو شناخت کافی زوجین از همدیگر بسیار اهمیت دارد و نباید از ان غافل شد. چه بسا عدم توجه به این مهم جدایی و طلاق را به دنبال دارد.

فضای مجازی دسترسی به اعمال غیر اخلاقی و خلاف شرع را میسر می کند؛ برای نمونه، ممکن است افراد متأهل در فضای مجازی به اعمال غیر اخلاقی نظیر ارتباط با نامحرم روی بیاورند میتوان گفت نداشتن صداقت با همسر و بی ایمانی عامل چنین رفتاری است. ارتباط نامشروع افراد مجرد با یکدیگر و حتی اعمال غیر اخلاقی دیگر چون همجنس گرایی نیز نشانه بی صداقتی در ایمان است. بسیاری از مطالب فاسد با استفاده از ترفندهای تبلیغاتی مانند جوک های مستهجن به صورت هدفمند در فضاهای مجازی سایتها و شبکه های اجتماعی منتشر می شود. بدین ترتیب فحشا و فساد در خانواده رواج می یابد و در نهایت بنیاد خانواده فرومی باشد و سلامت و امنیت اخلاقی و روانی جامعه به خطر می افتد. (فجری و دیگران، ۱۳۹۶، ۴۴)

نقض حریم خصوصی افراد

معمولاً شبکه های اجتماعی ابزار و امکاناتی در اختیار کاربران خود قرار میدهند تا بتوانند تصاویر و ویدئوهای خویش را در صفحه شخصی خود قرار دهند. همینطور کاربران میتوانند اطلاعات شخصی خود را در این شبکه ها قرار دهند. در اغلب شبکه های اجتماعی برای حفظ حریم خصوصی افراد راهکارهایی ارائه شده است؛ برای مثال دسترسی به تصاویر و اطلاعات را با توجه به درخواست کاربر محدود می کنند و یا اجازه مشاهده پروفایل کاربر را به هر کسی نمیدهند؛ اما این راه ها کافی نیست. مشکلاتی از قبیل

ساخت پروفایلهای تقلبی در شبکه های اجتماعی و عدم امکان کنترل آنها به دلیل حجم بالای این هرزنامه ها باعث میشود افرادی با پروفایل های تقلبی به شبکه های اجتماعی وارد شوند و با ورود به حریم های خصوصی افراد مورد نظر، تصاویر و اطلاعات آنها را به سرقت برده و شروع به پخش تصاویر در اینترنت کنند. (برون، ۱۳۹۸، ۹۸)

تغییر ارزشها و هنجارهای خانواده

سلطه اطلاعاتی و تکنولوژیکی غرب است که می‌کوشد ارزشها و هنجارهای خود را از طریق فن‌آوری نوین و رسانه‌ها تحمیل و درونی کند، که سبب می‌شود نوعی شکاف و تضاد بین اولویت‌های فرهنگی و شیوه‌های تفکر و نگرش و هنجارها و ارزش‌های خانواده پدید آید. این در حالی است که امروزه رسانه‌ها به عنوان یکی از ابزارهای اصلی انتقال و گسترش ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی دارای نقش مهمی هستند و لازم است این نقش بررسی شود. به‌ویژه در جامعه جوانی نظیر کشور ایران باید به این مسئله توجه ویژه‌ای داشت؛ یعنی همان جریانی که از برخورد ارزش‌ها و افکار و عقاید و برخورد خانه و محیط خارج از خانه (نظیر رسانه‌ها)، ایجاد شده است. (ملک پور، ۱۳۹۰)

کم رنگ شدن نقش تربیتی خانواده

خانواده مهم ترین نقش را در تربیت فرزندان به عهده دارد. در واقع، باورها و اعتقادات دینی و جامعه پذیری ابتدا در خانواده شکل می‌گیرد. از نظر کوئن، با صنعتی شدن جوامع، ساخت، کارکردها و اقتدار خانواده دچار دگرگونی عظیمی شده است. مهم ترین پی آمد گذار از خانواده سنتی به خانواده صنعتی شهری، جانشینی خانواده هسته ای به جای خانواده گسترده بوده است. در نتیجه، خانواده نقش خود در تربیت اجتماعی فرزندان را به مدارس و آموزشگاه‌ها واگذار کرد و روابط سودجویی به جای مهرجویی و منفعت در مقابل اخلاق قرار گرفت و خانواده با کارکردهای گذشته اش به حاشیه رانده شد. (رئوف، ۱۳۷۷، ۱۴۳)

رسانه های جمعی به ویژه رسانه های شنیداری و غیر متعامل به دلیل کارکرد متنوع خود و ایجاد تغییرات پیوسته، به تدریج جای ارتباط بین فردی از نوع چهره به چهره را گرفته و توانسته اند فضای انفرادی را به جای فضای جمعی و اجتماعی خانواده حاکم کنند، به طوری که گسترش تکنیکی رسانه های شنیداری و رایانه ای، ارتباط مستقیمی با فردگرایی و دوری از گروه را نشان می دهد.

به دلیل برتری تکنولوژیکی و تجهیز فنی ابزارهای رسانه ای، نوعی هراس فرهنگی و انفعال شخصیتی در فرد ایجاد می شود. در نتیجه، افراد خانواده به جای گفت و گوی صمیمی با یکدیگر با ابزارهای الکترونیکی ارتباط برقرار می کنند؛ ارتباطی که از هرگونه بار عاطفی و احساسی تهی است. این آسیب، چهره خود را در دو نوع ارتباط، نشان می دهد: یکی، ارتباط بین فرزندان و والدین است و دیگری، ارتباط بین زن و شوهر. تجربه ها نشان می دهند هر اندازه ارتباط میان فرزندان و والدین و ارتباط میان همسران به دلیل تغییر مخاطب کاهش یابد، فاصله عاطفی و هیجانی و نیز فاصله شناختی میان اعضای نظام خانواده بیشتر می شود. (رشکیانی، ۱۳۹۰)

تاخیر در ازدواج، تغییر سبک زندگی، تغییر ارزشها، تضعیف باورهای دینی، بزهکاری، تعصب، کاهش فرزندآوری، ایجاد الگوهای نامناسب، تخدیر افکار و اراده انسانها از جمله آسیبهای دیگر فضای مجازی و رسانه می باشد.

نتیجه گیری

شبکه های اجتماعی مجازی همچون شبکه های اجتماعی در جهان عینی و واقعی، اهداف، کارکردها و نقش هایی دارند که می تواند بعضا مثبت

یا منفی و مخرب باشد. از جمله کارکردهای بارز آن را می توان کارکرد آموزشی، تجاری، سیاسی و فرهنگی و ارتباطی ذکر کرد.

هر کدام از این کارکردها بسته به نوع استفاده می تواند کارکرد مثبت یا مخرب داشته باشند. این پژوهش به کارکردهای منفی رسانه در بعد خانواده پرداخته و نتایج بدست آمده نشان می دهد دشمن از ابزار قدرتمندی در زمینه دستیابی به اهداف خود برخوردار بوده و برای تسلط بر دیگر جوامع دست به تغییر در اصول و ارزشهای آن جامعه می زند. خانواده نیز یک نهاد مقدس و اساسی در هر جامعه به عنوان اولین هسته جامعه از طریق رسان ها مورد تهاجم قرار گرفته و با روشهای مختلف بنیان خانواده را متزلزل نموده است.

• قرآن کریم

کتابها

۱. دادگران، سیدمحمد. (۱۳۸۴). مبانی ارتباط جمعی. تهران: نشر مروارید و فیروزه.
۲. دهخدا علی اکبر، (۱۳۷۳)، لغتنامه، ج ۸، روزنه، تهران.
۳. رئوف، عزت. (۱۳۷۷). مشارکت سیاسی زن. ترجمه: محسن آرمین. نشر قطره.
۴. ساروخانی محمدباقر (۱۳۹۲)، مقدمه ای بر جامعه شناسی خانواده، تهران، انتشارات سروش، چ شانزدهم.
۵. عاملی، حرّ، (۱۴۰۹ ه ق) محمد بن حسن، وسائل الشیعه، ج ۱۵، مؤسسه آل البيت عليهم السلام، قم - ایران، اول.
۶. مارسل دانسی (۱۳۹۷)، فهم نشانه شناسی رسانه ها، مترجم گودرز میرزایی، انتشارات علمی فرهنگی، تهران.
۷. مجلسی محمدباقر، (۱۴۰۳ق)، بحارالانوار، ج ۱۰۰، چ سوم، دارالاحیاء التراث، بیروت.

مقالات

۸. اعزازی شهلا، (۱۳۷۶)، جامعه شناسی خانواده، انتشارات روشنگران و مطالعات زنان.
۹. برون مهرداد (۱۳۹۸)، فضای مجازی و آسیبهای آن در نظام خانواده، ، نشریه Pure Life، زمستان ، شماره ۲۰.
۱۰. ترکمان مهرداد(۱۳۹۴)، رویا شریفی اسکندر میثم ترکمان، آسیبها و تهدیدهای فضای مجازی و راهکارهای قانونی در زمینه مبارزه و تهدید آن، دومین کنفرانس بین المللی پژوهش در علوم و تکنولوژی ترکیه استانبول ۲۴ اسفند ۱۳۹۴.
۱۱. ترکمان، مهرداد (۱۳۹۱)، ص (۷)، نقش پلیس در پیشگیری از جرایم سایبری پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علوم و تحقیقات مرکزی.
۱۲. خواجه بیان داتیس(۱۳۹۸)، سمیه لبافی افشین امیدی ، مطالعات فرهنگ - ارتباطات سال بیستم، تابستان ۱۳۹۸، شماره ۴۶

۱۳. رحمتی حسینعلی (۱۳۹۶)، ضعف سواد خانواده در استفاده از فضای مجازی و پیامدهای اخلاقی آن، فصلنامه علمی ترویجی در حوزه اخلاق سال هفتم شماره ۲۸ پیاپی ۵۰، شماره بیست و هشتم.
۱۴. رشکیانی، مهدی، بررسی اثرگذاری رسانه های تصویری بر نهاد خانواده، مجله طوبی، شماره ۲۷.
۱۵. رفعت جاه، مریم. (۱۳۸۲)، «زنان و باز تعریف هویت اجتماعی»، مجله جامعه شناسی ایران. دوره پنجم. شماره ۲.
۱۶. فجری علیرضا و محمدمهدی فجری، (۱۳۹۶)، راهکارهای اخلاقی قرآنی در ارتقای سواد استفاده از فضای مجازی در خانواده، فصلنامه علمی ترویجی در حوزه اخلاق سال هفتم، شماره ۲۸ پیاپی ۵۰.
۱۷. عباسی دره بیدی احمد (۱۳۹۵)، یوسفی سارا، محمودی فاطمه، فناوری فضای مجازی و پیشرفت همایش مجموعه آثار و مقالات برگزیده دهمین کنگره پیشگامان پیشرفت.
۱۸. مجرب محمدعلی (۱۳۸۸)، فیشینگ چیست، مقاله دانشگاهی مهندسی کامپیوتر خاوران.
۱۹. موحد مجید، (۱۳۹۰) محمدی نوراله، حسینی مریم، مطالعه رابطه بین رسانه ها تصویر بدن و عزت نفس با عمل و تمایل به آرایش، فصلنامه مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان، سال ۹، شماره ۲.
۲۰. ملک پور فاطمه، (۱۳۹۰)، نقش رسانه ها در تغییر ارزش ها و هنجارهای خانواده، فصل نامه رسانه و خانواده، شماره اول، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما.

۲۱. Stack, S. (۲۰۰۳). Media coverage as a risk factor in suicide. *Journal of Epidemiology and Community Health*, ۵۷ (۴): ۲۳۸-۴۰.

۲۲. Sean Hughes, (۲۰۱۸), *The Effects of Social Media on Depression Anxiety and Stress*, Department of Psychology Dublin Business School.